

市场导向下营销课程与人才培养协同发展探索

刘晓丹

金肯职业技术学院 江苏南京 211156

摘要：在当前快速变化的市场环境中，市场营销教育需紧密跟随市场趋势，以满足企业对具备实战能力和创新思维人才的迫切需求。因此本文围绕市场需求导向下的市场营销课程创新与人才培养模式协同发展展开探讨。文章首先分析了市场营销课程创新的必要性，随后从课程内容和教学方法两方面提出了具体创新路径。同时，针对人才培养模式，本文重新定位了培养目标，构建了与市场需求紧密对接的课程体系，并探索了闭环生态系统的构建。最后，提出了深度融合市场需求、强化实践导向教学和完善协同发展机制等策略，以期推动市场营销课程与人才培养模式的高效协同发展。

关键词：市场需求导向；市场营销；实践导向教学；协同发展

引言

随着我国经济的快速发展和市场化改革的深入推进，市场营销作为连接企业与市场的桥梁，其重要性日益凸显。然而，传统的市场营销课程和人才培养模式已难以满足当前复杂多变的市场需求。近年来，我国政府不断加强高等教育与产业发展的紧密结合，推动人才培养模式的创新。在此背景下，本文旨在深入探讨市场需求导向下的市场营销课程创新与人才培养模式协同发展问题，以期为我国市场营销教育的改革提供有益参考，进而培养出更多适应市场需求、具备实战能力和创新思维的高素质市场营销人才。

一、市场需求导向下的市场营销课程创新的分析

（一）市场需求导向下的市场营销课程创新的必要性

市场营销的本质在于理解并满足消费者需求，而市场需求导向下的课程创新正是这一理念的体现。随着数字化、网络化、智能化等技术的飞速发展，市场环境日益复杂多变，消费者对产品和服务的需求也呈现出多元化、个性化的趋势。传统的市场营销课程更侧重于理论知识的传授，而忽视了对学生实战能力和创新思维的培

养，导致学生在面对实际市场问题时显得力不从心。因此，市场需求导向下的市场营销课程创新的必要性越发突显。从政策层面来看，我国政府高度重视高等教育与产业发展的紧密结合，强调要培养更多适应市场需求的高素质人才。例如，《中国教育现代化2035》明确提出，要“加强高等教育内涵式发展，深化教育教学改革，创新人才培养方式，提高人才培养质量”。这为市场营销课程的创新提供了政策导向和动力支持。^[1]

（二）市场营销课程内容的创新

在市场需求导向下，市场营销课程内容的创新主要聚焦于：一是引入前沿理论与技术，随着大数据、人工智能、区块链等技术的兴起，市场营销领域正经历着深刻的变革。因此，课程内容应紧跟时代步伐，引入这些前沿理论与技术，帮助学生掌握最新的市场营销工具和方法。例如一些学校设置“大数据营销”、“人工智能在市场营销中的应用”等专题课程，让学生深入了解如何利用数据驱动营销决策。二是强化实战案例分析，理论知识的学习固然重要，但实战案例的分析更能提升学生的实战能力。课程内容逐渐向大量真实的市场营销案例倾斜，特别是那些成功应对市场挑战、实现营销突破的案例。学生可以通过案例来了解市场营销策略的制定与执行过程，学习如何根据市场变化灵活调整营销策略。三是在全球化背景下，跨文化营销能力已成为市场营销人才的重要素质之一，所以不少学校的课程内容包含了不同国家和地区的文化、消费习惯、法律法规等，帮助学生理解并尊重文化差异，从而在国际市场中实现更有效的营销。比如在教学时设立“跨文化营销”专题，邀

***基金课题：**本文系金肯职业技术学院2024年度教学改革研究项目“产教融合背景下高职院校商科类人才培养模式的研究”（JKJG202408）。

作者简介：刘晓丹（1989.07--），女，汉族，江苏南京人，硕士，金肯职业技术学院，讲师，研究方向：市场营销。

请具有丰富国际营销经验的专家进行授课,让学生感受真实的市场环境。

(三) 市场营销教学方法的创新

教学方法的创新是市场营销课程创新的组成部分。传统的讲授式教学已难以满足当前市场对人才的需求,因此,必须探索更加高效、灵活的教学方法。比如项目式学习是一种以学生为中心的教学方法,强调学生在解决实际问题的过程中学习知识和技能。在市场营销课程中,一些教师尝试设计一系列市场调研、营销策划、品牌推广等与市场需求紧密相关的项目任务,学生可以通过项目式学习,加深了解市场营销的各个环节,锻炼自己的实战能力和团队协作能力。翻转课堂是一种将传统课堂讲授与课后作业颠倒过来的教学模式。在市场营销课程中,教师先提供视频、阅读材料等学习资源供学生自主学习,然后在课堂上进行小组讨论、案例分析等活动,以激发学生的学习兴趣 and 主动性,提高课堂互动性和参与度。还有一些课堂采用模拟实训的方式,来模拟真实市场环境来锻炼学生实战能力的教学方法。比如设置模拟公司、模拟市场等场景,让学生在其中扮演市场经理、产品经理、销售代表等不同角色,通过模拟营销活动来提升自己的实战能力。

二、市场需求导向下的市场营销人才培养模式改革分析

(一) 人才培养目标的重新定位

传统市场营销人才的培养更侧重于理论知识的传授和基本技能的培养,而忽视了对学生创新思维、实战能力和跨文化交流能力的重视。然而,在全球化、数字化和网络化日益盛行的今天,市场营销人才不仅需要掌握扎实的理论知识,更需要具备敏锐的市场洞察力、强大的实战能力和跨文化交流能力。因此,市场需求导向下的市场营销人才培养模式改革,首先需要对人才培养目标进行重新定位。新的培养目标聚焦于培养具备创新思维、实战能力和跨文化交流能力的市场营销人才。这意味着教育者和培训机构需要更加注重学生的实践能力和综合素质的培养,而不仅仅是理论知识的传授。例如一些高校市场营销专业在人才培养目标的重新定位上进行了积极探索,不仅要求学生掌握市场营销的基本理论和方法,还强调学生要具备市场调研、营销策划、品牌推广等实战能力。同时还注重培养学生的创新思维和跨文化交流能力,鼓励学生参与国际交流项目,拓宽国际视野。

(二) 课程体系与市场需求对接

课程体系是市场营销人才培养模式的核心组成部分。

在市场需求导向下,课程体系必须与市场需求紧密对接,以确保学生所学即所用,满足企业的实际需求。为了实现这一目标,教育者和培训机构需要对市场进行深入调研,了解企业对市场营销人才的需求和期望。在此基础上,对课程体系进行优化和调整,确保课程内容与市场需求保持一致。例如,随着大数据和人工智能技术的快速发展,越来越多的企业开始利用这些技术进行市场营销决策。因此,市场营销专业的课程体系增设了大数据营销、人工智能营销等相关课程,以满足企业对这类人才的需求。同时,课程体系设置还更加注重培养学生的实战能力。通过设置实践课程、案例分析、模拟实训等方式,让学生在实践学习和掌握市场营销的基本技能和方法。

(三) 构建人才培养的闭环生态系统

市场需求导向下的市场营销人才培养模式改革,还需要构建一个闭环生态系统,以确保人才培养的质量和效果。^[2]这一生态系统需要包括教育者、学生、企业和行业组织等多个主体,并形成一个相互关联、相互促进的良性循环。在这一生态系统中,教育者负责提供优质的教育资源和培训服务,学生通过学习和实践不断提升自己的能力和素质。企业作为人才的需求方,可以为教育者提供市场需求信息和反馈意见,帮助教育者优化课程体系和教学方法。同时,企业还可以为学生提供实习实训和就业机会,让学生在实践中锻炼能力并积累经验。行业组织可以在这个生态系统中发挥桥梁和纽带的作用,其组织行业内的专家和企业代表进行交流和研讨,共同制定人才培养标准和规范。同时还可以为教育者和学生提供行业内的最新动态和趋势信息,帮助其更好地了解市场需求和行业变化。这些均在一定程度上提高了人才培养的质量和效果。

三、市场营销课程创新与人才培养模式的协同发展策略

(一) 深度融合市场需求,构建动态课程体系

市场营销作为一门应用性极强的学科,其课程体系的构建必须紧密围绕市场需求。在快速变化的市场环境中,市场需求呈现出多样化、个性化的特点,因此,市场营销课程必须保持高度的灵活性和动态性,以适应市场需求的变化。

课程内容的更新应紧跟市场趋势。随着数字化转型的加速,市场营销领域出现了许多新兴领域,如数字营销、社交媒体营销等。因此,市场营销课程需要关注这些新兴领域的课程内容,促使学生掌握最新的营销工具

和技能。对于市场调研、营销策划等传统营销课程,也应根据市场变化进行更新和优化,确保其内容的时效性和实用性。

课程结构的优化需要体现市场需求导向。在构建课程体系时,要充分考虑企业对市场营销人才的需求,将课程结构设置为理论与实践相结合、基础与前沿相融合的模块化体系。例如可以设置基础课程模块,涵盖市场营销的基本原理和方法;同时,设置前沿课程模块,介绍最新的市场营销理论和实践案例。此外,还可以设置实践课程模块,通过项目式学习、模拟实训等方式,让学生在实践学习和掌握市场营销技能。

以北京大学市场营销专业为例,该专业在课程体系构建上深度融合了市场需求。课程不仅设置了传统的市场营销课程,还增设了数字营销、社交媒体营销等新兴领域的课程内容。同时还与多家知名企业合作,共同开发实践课程和实践项目,让学生在真实的市场环境中锻炼能力。这种动态课程体系的构建,有助于提升学生的市场竞争力,进而为企业输送高素质的市场营销人才。

(二) 强化实践导向教学,培养创新实践能力

市场营销教育不只要传授理论知识,也要培养学生的实践能力和创新思维。因此,强化实践导向教学,培养创新实践能力是市场营销课程创新与人才培养模式协同发展的关键所在。

实践教学方法的创新需要突出实战性。例如可以在原有基础上更加侧重于实践性的教学方法,让学生在实践学习和掌握市场营销技能。还可以与企业合作,共同开发实践项目,以提升学生的实践能力,培养其的团队协作能力和解决问题的能力。实践教学内容的更新要紧跟市场变化。例如,可以引入最新的市场营销案例,让学生分析并讨论其成功或失败的原因;同时也可以设置模拟市场环境,让学生在其中进行市场调研、营销策划等实践活动。这些实践教学内容可以帮助学生了解市场变化,培养其创新思维和敏锐的市场洞察力。比如一些学校不仅设置了丰富的实践课程和实践项目,还与企业合作建立了实习基地,让学生在真实的市场环境中进行实践锻炼。同时还注重培养学生的创新思维和团队协作能力,通过组织各类创新竞赛和团队活动,激发学生的创新潜能和团队协作能力。

(三) 完善协同发展机制,促进课程与模式互动

市场营销课程创新与人才培养模式的协同发展需要

完善的协同发展机制作为保障。主要聚焦于课程与教学模式的协同、教育资源的整合与共享以及校企合作的深化与拓展等方面。^[3]

课程与教学模式的协同要实现优势互补。例如可以将理论教学与实践教学相结合,通过案例分析、模拟实训等方式将理论知识转化为实践能力;同时,也可以将线上教学与线下教学相结合,利用互联网和大数据技术提升教学效果和学习体验。这种协同发展的教学模式有助于提升学生的学习效率和效果,培养其自主学习能力和终身学习能力。

教育资源的整合与共享需要促进优质教育资源的优化配置。例如,可以建立校际合作机制,实现优质课程、教学资源和师资力量的共享;也可以利用互联网平台和技术手段,实现教育资源的远程共享和在线学习。由此来提升教育资源的利用效率和质量水平,为更多学生提供优质的教育资源和学习机会。

校企合作的深化与拓展方面,需要实现产学研用的深度融合。例如与企业合作共建实验室、研发中心等创新平台,共同开展科研攻关和技术创新,以提升企业的创新能力和市场竞争力水平,也可以为市场营销人才的培养提供更多的实践机会和就业渠道。

结论

本文对市场营销课程创新与人才培养模式进行了剖析,分析认为:市场营销教育必须紧密围绕市场需求,构建动态课程体系,强化实践导向教学,培养创新实践能力,并完善协同发展机制,促进课程与模式的深度互动。这些策略不仅能够有效提升学生的市场竞争力,满足企业对高素质市场营销人才的需求,还能够推动市场营销教育的持续创新与发展,为市场营销领域的繁荣与进步贡献智慧与力量。

参考文献

- [1] 戴文娟. 创新创业导向下市场营销课程教学模式的构建与实践[J]. 陕西教育(高教), 2021, (06): 71-72.
- [2] 袁一楠. 就业导向下中职市场营销专业人才培养模式改革创新探讨[J]. 营销界, 2024, (10): 95-97.
- [3] 张华, 冯小燕. 基于协同创新的地方高校市场营销专业应用型人才培养[J]. 肇庆学院学报, 2015, 36(04): 56-59.